



Ein gelungener Abschlussabend, der bei bester Stimmung erst kurz vor Mitternacht endete.

FOTOS: UTE GABRIEL

# Lauter Service-Meister

29 Unternehmen und fünf Filialen freuten sich über einen überdurchschnittlichen Rücklauf an Kundenbewertungen. Im Enni-Sportpark gab es jetzt die „Zeugnisse“

**Moers.** Johann Beck sagt so schöne Sätze wie „Service ist sexy“. Oder: „Menschen kaufen Emotionen.“ Der Mann ist mit seinem Bruder Norbert bundesweit unterwegs, um zu beweisen, dass er Recht hat. Die Becks organisieren für und mit großen Tageszeitungen Service-Meisterschaften. Mit riesigem Erfolg. Der in Moers war sogar noch ein wenig größer. Die 29 Unternehmen und fünf Filialen, die bei der Kundenmarktforschung teilnahmen, erhielten satte 2320 Bewertungen. Und liegen damit im Index zehn Punkte über dem Bundesdurchschnitt. Entsprechend locker, gelöst und zufrieden waren die Unternehmer beim großen Finale. Die Enni hatte ihren Sportpark zur Verfügung gestellt, die Sparkasse die gesamte Meisterschaft gesponsert.

Begrüßt wurden die Unternehmer von NRZ-Chefredakteur Manfred Lachniet, der sich naturgemäß mit im Boot sieht: „Wir als Zeitung stehen auch im täglichen Wettbe-



NRZ-Chefredakteur Manfred Lachniet begrüßte die Unternehmer.

werb, müssen wandlungsfähig bleiben.“ Ständig müsse man sich fragen, „wer liest uns eigentlich. Und warum?“ Mehr noch, man müsse den Kunden fragen. Ihm eine Plattform geben.

Eine „interne Service-Meisterschaft“ sei das gewesen, was die NRZ vor zwei Jahren mit der Modernisierung ihrer Blattstruktur begonnen habe. „Natürlich haben wir auch kräftig was auf die Ohren gekriegt, aber eben auch wichtige Erkenntnisse gewonnen.“ Zum Beispiel, „dass wir länger und intensiver gelesen werden. Oder dass wir mehr weibliche als männliche

Leser haben. Vor allem aber, was die Leserinnen und Leser von Ihrer NRZ erwarten.“

Und eben darum ging es bei der Service-Meisterschaft auch für die Moerser Unternehmen, die jetzt detaillierte Auswertungen auf dem Tisch liegen haben. Ein Projekt, das Bürgermeister Norbert Ballhaus ausdrücklich lobte: „Und heute ist für Sie so was wie der letzte Schultag: Es gibt Zeugnisse.“

## Da entscheiden Kleinigkeiten

Mit denen konnten die meisten gut leben, noch wichtiger sind wohl die Hinweise zur Verbesserung, die Jo-



hann Beck in einem beschwingten Mitmach-Vortrag nochmals unterlegte. Etwa, dass mehr als 90 Prozent der Kaufentscheidungen über das so genannte Emotionshirn gefällt würden. „Da entscheiden Kleinigkeiten.“

Im Marketing zum Beispiel ein Kaffee trinkender George Clooney, bei dessen Marke ein Kilo Kaffee für insgesamt 60 Euro über die Theke gehe, während der Normalpreis bei derzeit zehn Euro liege. Und in der Praxis entscheide eben ein guter Service. Freundlichkeit zum Beispiel sei eine Währung. Und natürlich hatte Beck auch dazu eine Menge Beispiele im Gepäck.

## „Service ist sexy“

**Johann Beck** ist Marketingexperte und Buchautor. Bundesweit organisiert er mit seinem Bruder sogenannte Service-Meisterschaften

Mehr Fotos im Internet auf [www.nrz.de/moers](http://www.nrz.de/moers)